Bitkom e.V. | Presseinformation

Ein Drittel der Internetnutzer geht mindestens einmal pro Woche online shoppen

- **Zwei Drittel der Online-Shopper kaufen bei Rabattaktionen mehr, als sie wollen**
- **Bitkom-Konferenz zum „Safer Internet Day“ am 11. Februar 2025**

Berlin, 07. Februar 2025 – Drei zum Preis von einem, Aktionstage wie der Black Friday oder 50 Prozent Rabatt, aber nur auf die ersten 5 Bestellungen – im Alltag stößt man regelmäßig auf Rabattaktionen, die besonders gute Konditionen versprechen, im Internet wie auch beim Einkauf vor Ort. Aber wie wirken diese eigentlich bei Konsumentinnen und Konsumenten? Unter Online-Shoppern schauen 8 von 10 (82 Prozent) genau auf die Bedingungen, bevor sie ein Produkt bei einer Rabattaktion kaufen. Etwa ebenso viele (79 Prozent) werfen vor dem Kauf einen genaueren Blick auf die Konditionen, wenn ein Produkt auffällig präsentiert wurde. Entsprechend trauen sich auch 78 Prozent zu, reißerische Rabattaktionen zu durchschauen. Das sind Ergebnisse einer repräsentativen Befragung im Auftrag des Digitalverbands Bitkom, die unter 1.006 Internetnutzerinnen und -nutzern ab 16 Jahren in Deutschland durchgeführt wurde. „Gerade durch die leichte Verfügbarkeit von Informationen und unkomplizierte Vergleichsmöglichkeiten sind Verbraucherinnen und Verbraucher heute viel besser in der Lage, Angebote einzuschätzen“, sagt Dr. Bernhard Rohleder, Hauptgeschäftsführer des Bitkom.

Zwei Drittel (66 Prozent) der Online-Shopper geben aber auch an, aufgrund von Rabattaktionen sowohl online als auch offline schon mehr gekauft zu haben als ursprünglich geplant. Mehr als ein Drittel (38 Prozent) fühlt sich dabei vor Ort eher zum Kauf gedrängt als online. „Ein entscheidender Punkt bei der Bewertung von Online-Angeboten und -Rabattaktionen sind die digitalen Kompetenzen der Verbraucherinnen und Verbraucher. Diese digitalen Verbraucherkompetenzen müssen gestärkt werden“, so Rohleder.

Online-Shopping ist mittlerweile für viele alltäglich: 4 Prozent der deutschen Internetnutzerinnen und -nutzer tätigen täglich Käufe im Netz, weitere 28 Prozent mindestens einmal pro Woche, ebenfalls ein Drittel (36 Prozent) shoppt mehrmals im Monat online und 3 von 10 (29 Prozent) kaufen einmal im Monat oder seltener im Netz. Lediglich 3 Prozent geben an, nie online zu kaufen – fast alle erwerben also Produkte oder Dienstleistungen im Internet.

Welche Chancen und Risiken Online-Marktplätze für Verbraucherinnen und Verbraucher bieten, ob weitere Regulierung für den digitalen Verbraucherschutz nötig ist, welche Rolle die Zivilgesellschaft bei der Verbraucherbildung spielt und wie die Wettbewerbsfähigkeit europäischer Anbieter in diesem Bereich gestärkt werden kann – um diese und weitere Themen geht es bei der Bitkom-Konferenz zum „Safer Internet Day“ am 11. Februar 2025. Interessierte Journalistinnen und Journalisten können sich per E-Mail an k.hoebbel@bitkom.org anmelden.

Kontakt

Andreas Streim
Pressesprecher
Telefon: +49 30 27576-112
E-Mail: a.streim@bitkom.org
Download Pressefoto

Nastassja Hofmann
Referentin Retail & PropTech
Download Pressefoto
Nachricht senden

Hinweis zur Methodik

Grundlage der Angaben ist eine Umfrage, die Bitkom Research im Auftrag des Digitalverbands Bitkom durchgeführt hat. Dabei wurden 1.006 Personen ab 16 Jahren in Deutschland online befragt, darunter 978 Personen, die online einkaufen. Die Befragung fand im Zeitraum von KW 1 bis KW 3 2025 statt. Die Gesamtumfrage ist repräsentativ. Die Fragestellungen lauteten: „Wie häufig kaufen Sie in Online-Shops bzw. Online-Marktplätzen ein?“ und „Inwiefern treffen die folgenden Aussagen auf Sie zu bzw. nicht zu?“.

Link zur Presseinformation auf der Webseite:
https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Ein-Drittel-Internetnutzer-einmal-Woche-online-shoppen